

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. H. 2014. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Jejaring Sosial Facebook. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBMA)*. Vol. 2 (2).
- Adityo, B. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Program Studi Manajemen. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ahmadi, C. dan D. Hermawan. 2013. *E-Business & E-Commerce*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Aimsyah, Z. 2013. *Manajemen sistem informasi*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Alhasanah, J. U., Kertahadi dan Riyadi. 2014. Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web *e-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen *www.getscoop.com*). *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*. 15 (2) : 1-19.
- Alma, B, 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Amijaya, G. R. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Program Studi Manajemen. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Assauri, S. 2011. *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*. Salemba Empat. Jakarta.
- Chin, W.W., and P. A. Todd. 2015. On The Use, Usefulness, And Easy Of Use Of Structural Equation Modeling In MIS research: a Note Of Caution. *MIS Quarterly*. 19. 237-246
- Dewi, E. N. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Alih Program di Universitas Widyatama Bandung *Skripsi*. Fakultas Bisnis dan Manajemen. Universitas Widyatama. Bandung
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, J. 2011. *Customer Loyalty*. Erlangga. Jakarta.
- Hidayat, T. 2011. *Panduan Membuat Toko Online Dengan OSCommerce*. Mediakita. Jakarta.
- Irmadhani, A. N. M. 2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi . Program Studi Manajemen. Universitas Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ismiyanti, N. W., I. W. Suardana dan I. M. Negara. 2015. Pengaruh Kepercayaan Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Akomodasi Di Bali Pada Situs Booking.com. *Jurnal Industri Perjalanan Wisata (IPTA)*. Vol. 3 (1).
- Kotler, P. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan G. Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. 12th Edition. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan K. L. Keller. 2015. *Marketing Managemen*. 13th Edition. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Kuncoro, M. 2011. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 52. PT. Salemba Empat. Jakarta
- Lontaan, M. S. 2016. Pengaruh Preferensi Pembelian Pakaian Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Kota Makasar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Program Studi Manajemen. Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Loo, S. C. 2011. The Impact of The Special Dividend Announcement on The Stock Return: The Case of Malaysia. *Journal of International Business Research*. 10 (2).
- Maharani, A. D. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Naomi, P. E., R. Baraba dan M. H. Saputra. 2015. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara *Online* (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli *Online* Kaskus.co.id di Purworejo). *Publikasi Karya Ilmiah*. Universitas Muhammadiyah. Purworejo

- Oktavianingrum., M. M. Minarsih dan M. M. Warso. 2014. Effect Of Risk Perception, Trust, And Psychology Of Youth Clothing Online Purchase Decision Among University Students Pandanaran Semarang. *Publikasi Ilmiah*. Fakultas Ekonomi. Universitas Pandanaran Semarang.
- Park, C. H. dan Y. G. Kim. 2003. Identifying Key Factors Affecting Consumer Purchase Behavior in an Online shopping Context. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 31 (1) : 21-43.
- Santoso, S. 2011. *Statistika Parametrik*. Gramedia. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Gramedia. Jakarta.
- Sari, M. P. 2015. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Situs Lazada.Co.Id Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis USU. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Program Studi Manajemen. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, S. 2012. *Ekonomi Pembangunan*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia. Bogor
- Sunarto. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Penerbit BPFE-UST. Yogyakarta
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sutabri, T. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widodo, I. Pengaruh Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Vario. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 1 (2).